



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

A vez do pixel:
A introdução do livro eletrônico no Brasil.

Mariana Kohnert Medeiros

Rio de Janeiro
2009

A vez do pixel:
A introdução do livro eletrônico no Brasil.

Mariana Kohnert Medeiros

Trabalho de conclusão do curso de graduação
em Comunicação Social - Habilitação em
Produção Editorial da Universidade Federal do
Rio de Janeiro

Orientador: Prof. Dr. Mário Feijó

Rio de Janeiro
2009

MEDEIROS, Mariana Kohnert.

A vez do pixel: A introdução do livro eletrônico no Brasil. Rio de Janeiro, 2009. 65 f. il.

Projeto experimental de conclusão do curso de Comunicação Social apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2009.

Orientador: Prof. Dr. Mário Feijó

1. Livros eletrônicos 2. Produção editorial 3. Tecnologia 4. Literatura
I Feijó, Mário (orient.). II Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III Título.

Mariana Kohnert Medeiros

A vez do pixel:
A introdução do livro eletrônico no Brasil.

Trabalho de conclusão do curso de comunicação social apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em comunicação social com habilitação em Produção Editorial.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Mário Feijó – orientador

Prof. Dr. Amaury Fernandes

Prof. Dr. Paulo César Castro

Aprovada em: __/__/__

Nota: _____

A Daniel, meus pais e meu irmão,
uma torcida de primeira.

RESUMO

MEDEIROS, Mariana Kohnert. **A vez do pixel**: A introdução do livro eletrônico no Brasil. Rio de Janeiro, 2009. Projeto Experimental de conclusão de curso – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Orientador: Prof. Dr. Mário Feijó.

O projeto consiste no estudo da introdução do livro eletrônico no mercado brasileiro através de uma reflexão a respeito das alterações no modo de produzir livros e da forma com que o profissional de produção editorial deverá se adaptar a essas mudanças. A cultura digital segue seu caminho praticamente atropelando a cultura impressa, não somente pela quantidade de informações que pode abarcar, mas também pelas diferentes mídias que surgem com velocidade impressionante, possibilitando novos suportes para objetos que se acreditava serem exclusivos do mundo impresso. No cerne da discussão está o livro, pois no momento passa por uma transição polêmica. Há quem acredite que é impossível ler um romance em suporte digital, e há aqueles que dizem que o futuro do livro é o meio eletrônico. A experiência do Kindle, leitor digital desenvolvido pela Amazon, é o caso concreto mais bem-sucedido da atualidade, possibilitando a leitura de livros e jornais em qualquer lugar provido de internet. Por mais que as opiniões se distanciem e o livro eletrônico apareça ora como mocinho, ora como vilão, está claro que ele não é uma novidade passageira. Estudar possíveis formatos e como o leitor brasileiro pode receber o livro eletrônico é essencial para que o potencial dessa nova mídia seja aproveitado ao máximo. E o primeiro passo é reconhecer que o livro digital é uma realidade presente, e não mais uma possibilidade distante.

Palavras-chave: *livro eletrônico, suportes digitais, livro, tecnologia, editor.*

ABSTRACT

MEDEIROS, Mariana Kohnert. **It's pixel time**: The introduction of the eBook in Brazil. Rio de Janeiro, 2009. Final term project – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Academic advisor: Prof. Dr. Mário Feijó.

The project consists on the study of the introduction of ebook in the Brazilian market through a reflection regarding how it will change the way books are produced and hoe the editorial production professionals Will have to adapt to these changes. Digital culture makes its way practically running over printed culture, not only because of the amount of information it can embrace, but also because of different medias that appear at impressive speed, making it possible for new supports to arise, comprehending objects once believed to be exclusive of the world of print. In the middle of this discussion is the book, which, at the moment, goes through a controversial transition. There are those who believe it is impossible to read a romance in digital support, and those who say that the future of the book is the electronic media. The experience of Kindle, the digital reader developed by Amazon, is the most successful concrete case today, making possible to read books and newspapers at any place provided with Internet. As different as opinions can be, and the electronic book may seem, at times, the good guy, and at others the villain, it is clearly a novelty that has come to stay. The study of possible formats and how the Brazilian reader might welcome the eBook is essential for the potential of this new media to be used to its maximum. The first step is to recognize that the digital book is a present reality, and not another distant possibility.

Keywords: *electronic book, digital platforms, book, technology, editor.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 UMA REVOLUÇÃO A CAMINHO	13
1.1 O RELACIONAMENTO DO LEITOR COM O LIVRO	15
1.2 CHEGOU O MOMENTO DA MUDANÇA?	18
2 O LIVRO ELETRÔNICO	21
2.1 ISSO NÃO É LIVRO ELETRÔNICO	21
2.1.1 A DISTRIBUIÇÃO DE ARQUIVOS DIGITAIS	22
2.1.1.1 WWW.DOMINIOPUBLICO.GOV.BR	22
2.1.1.2 PROJETO GUTENBERG	23
2.1.1.3 LIDA	24
2.1.2 O AQUIVO ELETRÔNICO À VENDA	26
2.1.2.1 CULTVOX	26
2.1.2.2 A EDITORA ATHENEU	27
2.2 ENTÃO O QUE É?	28
2.2.1 LEITURA CONFORTÁVEL	29
2.2.2 EPAPER E EINK	30
3 OS LEITORES DIGITAIS	33
3.1 MOBIPOCKET	33
3.2 CONCORRÊNCIA	34
3.3 O CASO DO KINDLE	37
3.3.1 O KINDLE PELA AMAZON	38
3.3.1.1 DESIGN	39
3.3.1.2 CONECTIVIDADE WIRELESS	40
3.3.1.3 ARMAZENAMENTO	40
3.3.1.4 FACILIDADE NA LEITURA	40
3.3.1.5 FUNÇÕES EXPERIMENTAIS	41
3.3.2 O SUCESSO DO KINDLE	42
4. O LIVRO ELETRÔNICO NO BRASIL	45
4.1 A PREPARAÇÃO NO BRASIL	46
4.3 O MEDO DO EBOOK	47
4.4 O CASO DA ZAHAR	49
4.4.1 O EBOOK PODE BENEFICIAR TÍTULOS EM RISCO DE SAIR DE CATÁLOGO	50
4.4.2 NOVAS DESPESAS SERÃO ACRESCENTADAS AO CUSTO DO LIVRO	50
4.4.3 COMO PREVER O FORMATO DE LIVRO ELETRÔNICO ADOTADO NO BRASIL?	51
4.4.4 OS PROFISSIONAIS FREELANCE DEVEM ESTAR PREPARADOS PARA AS MUDANÇAS	51
4.4.5 COMO CONTROLAR A PIRATARIA?	52
4.5 GERENCIAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS	52
4.6 QUANDO O EBOOK VIRA MOCINHO	55
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	61

INTRODUÇÃO

Livros eletrônicos. Atualmente no meio editorial o assunto é quase tabu. O desespero que causa em editores, aflitos que o produto de seu trabalho deixe de existir, se espalha pelo mundo inteiro. Desde a primeira tentativa frustrada de chegarem ao mundo, em 1999, os livros eletrônicos incitam medo. Seja por resistência ao novo, pelo desconhecimento da tecnologia, ou por motivos mercadológicos.

É difícil aceitar que a maneira como lemos, como aprendemos a ler, o modo como fazemos livros, como os vendemos, esteja prestes a mudar depois de cinco séculos. A revolução causada pela invenção de Gutenberg trouxe esperança e euforia. A imprensa transformou o livro em um objeto acessível e levou ao homem a compreensão da importância de saber ler.

Essa revolução foi a “mocinha” da história. Quando os primeiros livros eletrônicos chegaram ao conhecimento do público, editores não acreditavam que eles poderiam dar certo. A leitura na tela era fortemente criticada desde a popularização dos computadores pessoais no mundo inteiro. Assim como assistir televisão, passar muito tempo em frente ao computador era altamente desaconselhável. Nas palavras das avós: “isso vai te deixar cego.”

As suspeitas iniciais foram confirmadas. Não, uma geração inteira não perdeu a visão, mas rejeitou o formato de livro eletrônico oferecido em 1999. Para alívio dos editores ao redor do globo, o eBook “não colou”. Eles continuaram a fazer seus livros em papel, com diferentes formatos e acabamentos, mas sempre com aquela mesma “cara de livro”.

Na verdade, na década de 1990, o potencial do livro eletrônico foi subestimado. Atualmente é difícil acreditar que tantas pessoas tenham se forçado a acreditar que ficariam livres dessa novidade tecnológica para sempre. Com tantos feitos só vistos antes em livros de ficção científica se materializando a cada dia, é impossível que o livro eletrônico permanecesse “no papel” durante muito tempo.

Se o homem não estava pronto, há dez anos atrás, para o eBook, agora parece que a novidade não será tão revolucionária do ponto de vista da tecnologia. Pelo menos não para os consumidores leigos, que aprendem o necessário para usar o produto e, eventualmente, burlar alguns códigos de proteção de direitos. Com aparelhos como iPhone circulando cada vez mais freqüentemente, um suporte para leitura digital pode acabar sendo recebido com pouco entusiasmo pelo seu público-alvo. Uma reação do tipo “mas isso já não existia?” não será tão surpreendente.

No momento, o que importa para o profissional de Produção Editorial não é se o eBook vai causar espanto em seus leitores. É importante entender que a chegada do livro eletrônico está cada vez mais próxima, e o tempo de rejeitar esse fato ou desacreditá-lo já passou. Agora, é preciso que os profissionais envolvidos na confecção de um livro se preparem para compreender e receber o livro eletrônico, evitando assim ficarem ultrapassados.

A oportunidade que os profissionais brasileiros têm é única, pois o país ainda não possui um modelo de leitor digital à venda. Isso dá tempo o suficiente para pesquisar aqueles que já existem lá fora e encontrar a melhor maneira de adaptar sua produção ao livro eletrônico. Com tantos modelos e estratégias de venda e produção em desenvolvimento lá fora, seria vergonhoso que o Brasil fosse pego de surpresa por essa nova tecnologia.

Essa pesquisa tem como **objeto de estudo** o livro eletrônico. Não especificamente um modelo de leitor digital ou tipos de arquivos para leitura digital, mas o livro eletrônico e sua conceituação perante os livros impressos e as tecnologias que o compõem.

O **objetivo principal** aqui é compreender em que estado se encontra o livro eletrônico no que diz respeito a sua produção e aceitação fora do Brasil, visto que ainda não chegou ao país. Averiguar o curso da tão temida “revolução” que se acredita que os livros eletrônicos causarão.

Como **objetivo secundário**, o estudo pretende descrever de forma simples, a tecnologia que envolve os eBooks para mostrar o quanto eles evoluíram desde a primeira tentativa de entrada no mercado e os diferentes leitores digitais à disposição do consumidor atualmente.

Se segue a esse o **objetivo** de estudar como ocorreria a entrada do livro eletrônico no Brasil, para então descrever de que forma os profissionais de Produção Editorial no país podem se preparar.

A **metodologia** utilizada para descrever a situação do livro eletrônico no mundo é a compilação de material teórico e a observação do desenvolvimento do objeto de estudo, bem como a análise dos locais de venda (online) de leitores digitais. É importante destacar que a maior fonte teórica foi o livro *Print is dead*, de Jeff Gomez. Como a publicação ainda não possui tradução no Brasil, as citações diretas retiradas do livro foram traduzidas livremente.

Para a abordagem da tecnologia envolvida na criação dos leitores digitais, bem como os modelos presentes nos mercado, a **metodologia** foi a avaliação e comparação de suas características técnicas, em que se destacam dois grandes concorrentes: o Sony Reader, da Sony, e o Kindle, da Amazon. Também foram analisadas opiniões de usuários e especialistas no assunto para a exposição desses dados.

Por fim, para o estudo de caso do Brasil, a **metodologia** parte das ofertas de arquivos eletrônicos que se tem hoje para chegar à preparação do produtor editorial brasileiro para a chegada do produto. Essas informações foram obtidas a partir de um conversa com Bruno Cruz, produtor gráfico da editora Jorge Zahar, a qual se prepara atualmente para a entrada do livro eletrônico no mercado brasileiro.

No primeiro capítulo é discutida a questão da difusão do livro eletrônico no Brasil e no mundo. O que representa sua chegada do ponto de vista do consumidor e do editor. O capítulo aborda também a questão da preparação do consumidor para receber o livro eletrônico há dez

anos, quando surgiram os primeiros indícios, e hoje, com a presença de suportes mais avançados.

No capítulo seguinte é feita a conceituação do livro eletrônico a partir da comparação com o que não é livro eletrônico, ou seja, um arquivo digital de texto, mesmo que diagramado como um livro. Ainda nesse capítulo, é questionada a venda e distribuição desses arquivos como se fossem livros eletrônicos. A abordagem nesse ponto é a popularidade crescente dessa troca, avaliando também o objetivo de cada site ao fornecer ou comercializar os arquivos.

O terceiro capítulo é dedicado à descrição dos suportes para leitura digital. Conta com uma análise comparativa dos mais populares. Vale lembrar que os dados se referem ao mercado norte-americano, mais especificamente os EUA, pois é lá que se encontra o leitor digital mais conhecido atualmente, o Kindle. As características do Kindle são descritas em mais detalhes, e, ao final, é feita uma breve análise dos motivos para seu grande sucesso. O destaque se deve ao fato de ser um leitor que funciona exclusivamente nos EUA, mas figurar em notícias do mundo inteiro.

No quarto capítulo está o estudo de caso do Brasil, avaliando de que forma o país pode se preparar para dar as boas-vindas ao livro eletrônico. Nele se encontra, mais especificamente, o caso da Jorge Zahar. É descrito então, o modo como a editora vê os livros eletrônicos e de que maneira achou viável se preparar para recebê-los. Ele conta também com uma lista das questões em que a editora esbarrou durante a preparação. As questões estão definidas e comentadas de acordo com o que o profissional da editora explicou.

No capítulo final, são expostas as conclusões a que levou esse estudo e as últimas considerações relativas aos livros eletrônicos e o momento certo de sua difusão no mundo, assim como são retomados alguns dos assuntos principais que nortearam todo o trabalho.

1 UMA REVOLUÇÃO A CAMINHO

Jeff GOMEZ fala sobre “a revolução que não aconteceu”, referindo-se ao frenesi de 1999, quando o livro eletrônico foi apresentado ao mundo. Muitos acreditaram que a morte do livro impresso estava anunciada. Quando, aos poucos, a poeira baixou e os eBooks não haviam substituído o livro impresso, editoras respiraram aliviadas: “A internet terá um enorme impacto sobre muitas *outras* indústrias, mas não a nossa.” (GOMEZ, 2008, p. 123)

De acordo com o autor, não foi o fato de serem livros eletrônicos que causou o desinteresse do público, mas “a tentativa de manter os vestígios da leitura impressa na experiência eletrônica” (GOMEZ, 2008, p.124). Ele lembra, por exemplo, do caso da chegada do CD, apresentado em formato completamente diferente do vinil, com ênfase nas características em que superava seu predecessor. No caso do eBook, os argumentos não eram fortes o suficiente para que o consumidor o enxergasse como um novo suporte de leitura.

Os consumidores ainda não estavam muito bem familiarizados com diferentes tecnologias. Apenas começavam a fazer uso de serviços como as mensagens de texto de celulares. Além disso, ninguém questionava a praticidade, ou falta dela, como o eBook tentou enfatizar, do livro impresso. Como Gomez deixa bem claro, “no final dos anos 1990, eBooks eram a resposta a uma pergunta que ninguém fazia” (GOMEZ, 2008, p. 118). Não é surpreendente o fato de não terem decolado, a chegada dos livros eletrônicos em 1999 foi ignorada por grande parte dos consumidores.

Isso prova que para que uma nova tecnologia dê certo, é preciso que as pessoas para quem ela se volta enxerguem sua necessidade. Da mesma forma, é necessário que essas pessoas entendam como funciona a nova tecnologia, de que maneira ela é realmente mais prática e se há facilidade de obtê-la.

Os suportes lançados em 1999 para livros eletrônicos não previam o conforto do leitor, muito menos pensavam no significado da leitura para cada pessoa. O que chegou ao mercado foram adaptações, softwares de leitura para computadores e Palm Tops, por exemplo. Nada mais que a adição de uma função a dispositivos utilizados com outras finalidades. O consumidor, confuso com a quantidade de novidades que já precisava absorver, optou por deixar essa de lado.

Era preciso entender como funcionavam os softwares, como comprá-los online. Havia inúmeros problemas de compatibilidade, os produtos foram lançados no mercado sem que as empresas que disponibilizariam o conteúdo para esses livros eletrônicos estivessem preparadas. Os consumidores deveriam comprar um produto que não conheciam sem saber se conseguiriam utilizá-lo da maneira que quisessem. A desconfiança era grande demais.

Por que, então, nos encontramos, precisamente dez anos depois, em meio a novas discussões sobre o livro eletrônico? Neste momento, milhares de pessoas estão encarando monitores de computador, lendo documentos, memorandos, jornais online, blogs. A leitura a partir de uma tela a cada dia se torna um ato mais natural. E considerando o tempo que se passa no trabalho, estudando, fazendo pesquisas na internet, é possível afirmar que para muitos a leitura se dá, em sua maioria, por meio eletrônico. Mesmo no Brasil isso é um fato, o país é um dos líderes em navegação na web do mundo. O box a seguir se refere à pesquisa publicada em junho de 2009 pelo IBOPE sobre usuários ativos da internet no Brasil.

Reis da web

Em abril, o internauta brasileiro passou, em média, 40 horas e 41 minutos acessando sites, vendo vídeos, lendo e-mails ou fazendo qualquer outra tarefa na web. Em maio, o IBOPE Nielsen Online contou 44,5 milhões de pessoas com acesso à internet, tanto em casa quanto no trabalho. Desse número, 34,5 milhões de pessoas foram usuários ativos, ou seja, que acessaram sites ao menos uma vez no mês.

Desde o surgimento dos primeiros livros eletrônicos até hoje, houve uma grande adaptação à leitura eletrônica. Além disso, novas gerações surgiram, já acostumadas com telas e pixels, e dando menos importância a papel e tinta. A música e o cinema já foram absorvidos e adaptados para o mundo de infinitas possibilidades da cultura digital. Agora parece que a hora do livro está cada vez mais próxima.

Seria uma enorme presunção acreditar que isso não vai afetar uma forma de expressão cultural que quase não sofreu modificações desde o século XVI.

1.1 O RELACIONAMENTO DO LEITOR COM O LIVRO

Desde a passagem da cultura manuscrita para a impressa, os livros se apresentam praticamente da mesma forma ao leitor. Fora algumas modificações nos métodos de impressão e diagramação, o resultado final é o mesmo. Quando os computadores se popularizaram e a Mac lançou o primeiro Desktop Publisher, em 1985, produtores editoriais vivenciaram a simplificação e agilização de seu trabalho proporcionadas pela tecnologia. Agora, com um novo tipo de livro em surgimento, eles parecem céticos e resistentes às mudanças.

O que muitos não percebem é que o Desktop Publishing foi um dos primeiros indícios da digitalização da cultura impressa. Como ele veio com a finalidade de tornar o trabalho mais eficiente e o armazenamento mais prático, não havia porque temê-lo. A não ser, claro para os profissionais cujas funções foram substituídas por esse novo modo de produção.

A estabilidade do livro, a certeza de que as pessoas sempre precisariam comprar livros, fez com que esse mercado se sentisse seguro. Não se trata de um produto ameaçado por concorrentes. Não importa quantos ou que tipos de livros são colocados no mercado, todo ser humano é um leitor em potencial. De acordo com Jeff Gomez,

A ubiquidade do livro impresso conferiu a editores e leitores uma falsa noção de segurança. Como os livros são os mesmos há muito tempo, a indústria é incapaz de visualizar qualquer coisa diferente do que já existe. No entanto, está claro que a evolução dos livros será muito parecida com a da música: seu formato final não existirá fisicamente. (Gomez, 2008, p.16)

Para GOMEZ, a música está dissociada de um suporte físico atualmente, isso porque a venda de CDs está em declínio desde que o download se popularizou. A indústria fonográfica luta de todas as maneiras possíveis para manter o CD vivo, mas já é possível identificar sinais de desistência. Desde o lançamento do iPod, vender músicas separadamente, mesmo que por US\$ 0,99, tem se mostrado um negócio lucrativo. Em comparação, as vendas de CDs caíram vertiginosamente, e este ano a Virgin anunciou o fechamento de sua última loja nos EUA.

Se esse é realmente o destino do livro, é preciso parar de pensá-lo como uma pilha de papéis encapada. Assim como a música agora existe sem uma capa para apresentá-la, o livro pode existir como conteúdo dissociado de sua forma material, pois “a forma impressa é apenas uma concessão ao mercado.” (GOMEZ, 2008, p.18) No que diz respeito ao consumidor, o valor está no conteúdo.

É verdade que a experiência de ler um livro é sensorial. Muitos não trocariam a sensação de virar uma página, sentir o cheiro de papel novo ou velho, olhar para uma capa durante muito tempo antes de abrir o livro, por um aparelho eletrônico. Mas será que essa experiência é a mesma independente do título?

O autor lembra que com livros eletrônicos a experiência não será a mesma que se tem com livros impressos, mas não quer dizer que será nula. Ainda que a relação se baseie na interface do usuário com um aparelho eletrônico, novas formas de interação com essa tecnologia surgirão.

Comparando o livro à música ou ao cinema, percebe-se que existem diferentes relações entre os consumidores de entretenimento e o tipo de entretenimento. Hoje é comum ouvir alguém dizer “se eu gosto mesmo do artista, compro o CD”. Ou então, “quando o filme é bom vale a pena comprar o DVD pelos extras também”. Da mesma forma que as pessoas compram edições especiais de clássicos da literatura ainda que já possuam uma edição anterior mais simples.

Mesmo assim, verifica-se que a relação se dá através do conteúdo. O CD é comprado quando alguém sabe que vai gostar de todas as faixas, o DVD traz um diferencial nos extras de seu menu, assim como a edição especial de um livro, que pode ser ilustrada e conter um prefácio ou comentários.

Optar pela compra não impede que a pessoa seja também usuária de uma rede de downloads. Geralmente é o que ocorre. Se o conteúdo for excepcional, a qualidade do áudio ou vídeo for superior, ela vai optar pela compra, mas em casos específicos. O mesmo pode-se esperar do livro eletrônico. Ainda que alguém seja fanático por livros, quando a leitura é obrigatória, por exemplo, a experiência que ela proporciona não é a mesma.

GOMEZ explica também que desde a invenção de Gutenberg os livros ganharam uma característica portátil, saíram de dentro dos monastérios para o mundo. A partir de então, essa passa a ser uma das grandes vantagens do livro: pode ser carregado para qualquer lugar, lido a qualquer momento. Ainda segundo o autor, as edições do tipo paperback contribuíram ainda mais para isso. O único problema é que não é prático carregar mais de um livro ao mesmo tempo. Um detalhe que está prestes a mudar.

A portabilidade conferida ao texto é exatamente a mesma da qual sentiram necessidade os fanáticos por música. A grande diferença é que se você carrega um aparelho de MP3, as possibilidades são muito maiores do que se carrega um livro. Às vezes determinada música combina com a situação, ou no final do dia não está mais com o mesmo

humor para ouvir o CD que colocou para tocar pela manhã. Basta escolher algo diferente. No caso do livro impresso, se não estiver com vontade de ler, ele será apenas mais um objeto contribuindo para aumentar o peso da mochila.

1.2 CHEGOU O MOMENTO DA MUDANÇA?

Se nos anos 1990 o mundo ainda não estava pronto para absorver o livro eletrônico, agora, em 2009, esse momento pode estar mais próximo do que se imagina. Basta ficar atento a pequenos detalhes tecnológicos que se difundem rapidamente. O celular tem como função secundária fazer ligações. Hoje em dia um aparelho deve poder tocar música, tirar fotos e servir de localizador caso o dono se perca. Praticamente tudo é compartilhado na internet. O Twitter permite que pessoas do mundo inteiro acompanhem o que outras estão fazendo do outro lado do globo – e em tempo real.

Espera-se, então, que um aparelho capaz de exibir romances inteiros não vai espantar consumidores. Se há dez anos atrás o que freou a disseminação do livro eletrônico foi a falta de interesse, praticidade e compreensão da tecnologia, hoje o único empecilho é a resistência ao novo. A relação com o livro impresso ainda é de intimidade. Foi nele que pessoas do mundo inteiro aprenderam a ler, nele escreveram suas primeiras letras.

No entanto, para os jovens de hoje esse tipo de relação não parece ser tão comovente quanto para a geração de seus pais. A ansiedade pelo que será lançado a seguir supera a nostalgia – se é que esse é um conceito válido para uma pessoa com menos de 30 anos. O desejo de consumir tecnologia imediatamente após seu lançamento é mais importante.

No que diz respeito ao livro, notícias sobre novos suportes eletrônicos invadem jornais de todas as partes do mundo. A última versão do Kindle foi recebida com euforia pela mídia de locais em que ele sequer é vendido. A expectativa quanto à entrada do livro eletrônico em

diversos países é muito grande no momento. O cenário é bem diferente do que se via em 1999.

As empresas engajadas no desenvolvimento de leitores digitais voltam suas atenções para a experiência de leitura. A criação de um suporte capaz de proporcionar uma leitura agradável e a adaptação da facilidade de movimentos e portabilidade que o livro impresso permite são questões de grande importância. Existe o reconhecimento, por parte dessas empresas, de que o leitor digital ainda é um produto experimental. Ao invés da imposição do produto e de formatos, o que se vê é a adequação dos mesmos às necessidades do consumidor. Pensar no aspecto prático facilita também a comercialização.

Em entrevista à revista digital *The Future of Things*, Nick Hampshire, analista do instituto de pesquisas inglês AFAICS Research, afirma que os dois maiores obstáculos para a massificação do livro eletrônico são o preço e a disponibilidade de conteúdo para os aparelhos. Ele acredita que é necessário que os editores percebam o potencial dos suportes de aPaper e estejam dispostos a investir em material para supri-los. Com relação ao preço, pesquisas do instituto mostram que é preciso que caia em pelo US\$ 100 para que o número de consumidores aumente consideravelmente. De acordo com Hampshire, “a revolução do livro eletrônico já começou, mas apenas a partir de 2012 ele se tornará um produto de massa”.

Com tudo isso acontecendo, é possível perceber que mesmo no Brasil o livro impresso atravessa um período de transformação. O país não conta com um suporte eletrônico para leitura, mas a venda de arquivos eletrônicos para exibição em computadores pessoais já existe. E não se trata de obras em domínio público, mas livros de autores que permitiram a digitalização e comercialização do conteúdo.

De que forma o Brasil vai receber o livro eletrônico é impossível saber. É certo que os profissionais de produção editorial do país devem estar preparados para isso e entender que a questão livro eletrônico x livro impresso não é mais assunto de debate. Não importa se o livro

eletrônico é melhor ou pior do que o impresso, importa saber que ele é, que existe e vai chegar. Não é possível fugir da tecnologia, ignorá-la ou criticá-la, pois no final das contas é ela quem prevalece.

A função do produtor editorial mediante essa mudança é simplesmente entendê-la. Debater, estudar, especular como será sua recepção pelos leitores brasileiros. É preciso debater para imaginar o que será necessário para adaptação tanto do consumidor quanto do editor ao livro eletrônico. E sim, a iniciativa deve partir de quem já conhece o assunto, daqueles que entendem o processo de produção atual, as estratégias de comercialização, as leis que regem o direito do autor no Brasil.

Essa é também uma forma de preservar a profissão, evitar que o produtor editorial tenha o mesmo fim dos escribas ou das oficinas de tipografia, que, em diferentes momentos da história do livro, deixaram de ser necessários. Se é preciso disponibilizar um catálogo em formato eletrônico, que estejam todos preparados para isso.

É certo que, com um número de mudanças tão grande em diversas etapas da produção editorial, o profissional não precisará simplesmente se atualizar, mas sim se reciclar. No entanto, caso nada seja feito nesse sentido, todo o conhecimento específico da área pode ficar defasado, e a produção editorial corre o risco de se tornar uma profissão do passado.

2 O LIVRO ELETRÔNICO

O livro sempre foi a maior forma de expressão da cultura impressa. Para os leitores ávidos e fiéis não se trata apenas de uma experiência com a palavra escrita e as inúmeras interpretações e possibilidades para a mente humana. É uma experiência sensorial proporcionada também pela capa, dura ou flexível, as folhas, brancas, amarelas ou envelhecidas, e a arte gráfica. Para muitos, sentir o cheiro do livro, ter a possibilidade de virar suas páginas, ou simplesmente abrir a capa são pequenas ações prazerosas envolvidas na leitura.

Quando, no final da década de 1990, a norte-americana NuvoMedia lançou o Rocket eBook, parecia que o início do fim do livro impresso era anunciado. O produto consistia em um leitor do tamanho de um livro comum com uma tela em preto-e-branco. Era necessário carregar o conteúdo dos livros eletrônicos (formado por títulos em domínio público) no aparelho e um software permitia que fosse exibido na tela.

Dez anos mais tarde, os livros eletrônicos não estão tão próximos de substituir seu predecessor impresso como se pensou. Ainda caminham lentamente, com a maioria dos leitores imersa em confusão, perda entre formatos e suportes, downloads ilegais e compras. Diferentes tecnologias se desenvolvem em paralelo, as opções são muitas, e o conhecimento é escasso.

2.1 ISSO NÃO É LIVRO ELETRÔNICO

Diversos sites oferecem obras em domínio público como se fosse um livro eletrônico para download. Os arquivos são disponibilizados em formato PDF ou TXT para que o internauta possa baixar o conteúdo e ler na tela de seu PC ou imprimir. Para a maioria das pessoas, o desconforto causado pela leitura no monitor ou em uma impressão sem qualquer

formatação visando o conforto do leitor é inaceitável. Dessa forma, o livro eletrônico não poderá jamais substituir o livro impresso.

O que muitos desconhecem, no entanto, é que, originalmente, um livro eletrônico é mais do que apenas o arquivo em formato PDF ou TXT de uma obra escrita. A idéia não é transpor o conteúdo do livro impresso para o HD de um PC onde ele possa ser acessado e lido. O que sites desse tipo fazem nada mais é do que oferecer um arquivo de texto para leitura.

Nesse sentido, diversos sites podem ser encontrados distribuindo ou vendendo conteúdo literário digital. Geralmente, os textos distribuídos são aqueles de livros que já caíram em domínio público, ou seja, já se passaram setenta anos da morte do autor. Mas também é possível encontrar casos de pirataria em que conteúdo protegido é digitalizado e disponibilizado para download.

2.1.1 A DISTRIBUIÇÃO DE ARQUIVOS DIGITAIS

Tomando como referência os casos de disponibilização de livros em domínio público, alguns sites se destacam pela formação do acervo e conceito do projeto. O próprio governo brasileiro possui um acervo digital de obras em domínio público no Brasil. Nele não constam apenas livros digitalizados, mas também músicas, vídeos e hinos.

2.1.1.1 WWW.DOMINIOPUBLICO.GOV.BR

É o portal de preservação de obras nacionais em domínio público ou que tenham a divulgação de seu conteúdo devidamente autorizada. Foi lançado em 2004 com a intenção de auxiliar estudantes, professores e pesquisadores e promover a troca de informações. O portal

apresenta uma ferramenta chamada “Estatísticas” que fornece dados sobre os tipos de arquivos mais procurados. A tabela abaixo foi retirada de lá:

Mídia	Total
Textos:	13.859.566
Imagens:	2.848.875
Sons:	2.173.091
Vídeos:	1.939.950
Total:	20.821.482

Fonte: www.dominiopublico.gov.br

Como se vê, o download de conteúdo textual é muito superior ao dos demais conteúdos somados. Os textos do site são compostos principalmente por obras literárias. A obra completa de Machado de Assis pode ser encontrada, assim como roteiros de Shakespeare, *A divina comédia*, de Dante, poesias de Fernando Pessoa e textos infantis. O interesse do público é incontestável.

Para adquirir qualquer conteúdo do site não é preciso pagar, apenas navegar entre as obras disponíveis, escolher as de maior interesse e fazer o download. Não existe limite de conteúdo por usuário. As obras são disponibilizadas em PDF, não possuem um projeto gráfico de livro, o texto é corrido com espaçamento e margens razoáveis. A biblioteca que contribuiu com aquela obra é sempre referenciada no início do texto.

2.1.1.2 PROJETO GUTENBERG

Project Gutenberg foi o primeiro acervo de textos digitais da internet. Atualmente, é o mais extenso. Trabalha somente com textos em domínio público do mundo inteiro. É possível encontrar livros em inglês, alemão, francês, latim e português. A intenção era justamente

montar uma gigantesca biblioteca digital que permitisse não somente o armazenamento de títulos, mas a troca de conhecimento entre pessoas do mundo inteiro.

Não tem fins lucrativos, sobrevive de doações de seus usuários e conta com uma grande equipe para captação de títulos, digitalização de textos, tradução, conversão de formatos. O projeto esbarra em uma questão séria, que nem sempre é levada em conta pelos usuários: a lei de direitos autorais é diferente em cada país. Isso quer dizer que muitos textos disponíveis podem não estar em domínio público em determinado local. Fica a critério do usuário descobrir qual a situação do livro em seu país e fazer o download do conteúdo ciente do caso.

É interessante ressaltar que o projeto é uma iniciativa norte-americana, portanto o site é oferecido em inglês, mas recentemente uma versão em português (de Portugal) foi criada. Isso com certeza se deve ao fato do grande número de usuários falantes da língua. Os textos disponibilizados são os mesmos nas duas versões.

Atualmente é possível fazer o download de arquivos em diversos formatos, desde TXT a MOBY (ainda em período de experiência), para ser lido em Palm Tops e leitores digitais. No início, o projeto disponibilizava apenas TXT, PDF e a versão Plucker, para Palm.

2.1.1.3 LIDA

O LIDA é um projeto desenvolvido pela Fundação Dorina Nowill para Cegos. A sigla significa Livro Digital Acessível. Trata-se da disponibilização de textos eletrônicos para deficientes visuais de diferentes graus. É preciso entrar em contato com a fundação e efetuar um cadastro para receber em casa um DVD criptografado com o conteúdo do livro.

A base desse projeto é o programa que permite a leitura do conteúdo do DVD. É preciso que o usuário tenha um computador que atenda os requisitos do programa. Depois de

instalado, ele lê o conteúdo digital para o deficiente visual. Também é possível desabilitar essa função e utilizar o aumento das páginas, para o caso de a deficiência visual não ser a cegueira.

No momento, o LIDA só oferece textos jurídicos, mas está desenvolvendo DVDs na área da psicologia, pedagogia e filosofia. Está claro que a intenção do projeto é auxiliar deficientes visuais que precisam de leituras acadêmicas, mas não conseguem acesso a elas. A título de curiosidade, vale citar aqui o artigo 46º da Lei 9.610 de 19 de fevereiro de 1998:

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

I - a reprodução:

d) de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille ou outro procedimento em qualquer suporte para esses destinatários. (BRASIL, 1998)

Ou seja, a internet ou o DVD, no caso do projeto LIDA, estão previstos por lei como suportes em que não constitui ofensa aos direitos autorais caso a finalidade do texto disponibilizado seja o uso exclusivo por deficientes visuais.

As iniciativas citadas têm em comum o fato de disponibilizarem seu acervo gratuitamente. Foram escolhidas pela natureza do projeto. O primeiro se baseia no resgate e difusão da cultura nacional e nos problemas enfrentados por educadores e estudantes. O segundo tem a missão de encorajar a criação e difusão de “livros eletrônicos”, tendo como base a idéia de uma memória cultural mundial. Já o terceiro encontrou uma forma de suprir uma lacuna, dando a oportunidade ao deficiente visual universitário de adquirir os textos exigidos na bibliografia de seu curso. Sem que com isso dependa de alguém para lê-los em voz alta.

2.1.2 O AQUIVO ELETRÔNICO À VENDA

Existem também casos de venda de arquivos eletrônicos, geralmente de livros acadêmicos ou literários, alguns de autores que não conseguiram contratos com editoras nacionais convencionais. Seguem alguns exemplos brasileiros:

2.1.2.1 CULTVOX

CultVox é um site hospedado pelo Uol que oferece versões digitais de livros impressos. Através da parceria com algumas editoras de pequeno porte ou editoras que produzem conteúdo exclusivamente para ele, o CultVox comercializa títulos para download mediante pagamento através de boleto bancário ou cartão de crédito.

Livros como *A cidade e as serras*, de Eça de Queiroz, editado pela Editora Hedra ou *A mão e a luva*, de Machado de Assis, da Editora Livro Acesso, podem ser encontrados a preços muito baixos. O preço é destacado como o grande diferencial para o consumidor que se encontra no site. Um Machado de Assis pode sair por R\$ 5,00, seria o equivalente a um livro do autor encontrado em um sebo, por exemplo.

Depois da compra, o usuário recebe um link para download do arquivo em formato PDF. Em seguida, é preciso desbloquear o livro online para que o Acrobat Reader possa abri-lo no computador pessoal. Essas medidas protegem o site contra roubo de conteúdo, e a proibição de gravar o arquivo em CD ou transportá-lo para outro dispositivo móvel impedem a difusão do livro entre pessoas que não pagaram por ele.

2.1.2.2 A EDITORA ATHENEU

Uma iniciativa interessante da Editora Atheneu, especializada em livros de medicina e da área de saúde, é a parceria com bibliotecas universitárias para fornecimento de livros digitalizados. A intenção do projeto é permitir que estudantes de medicina, cujos livros são geralmente os mais caros do mercado, tenham acesso ao catálogo da editora.

Para isso, é preciso que a instituição entre em contato com o setor comercial da editora e adquira o conteúdo. Depois de comprado, pode ser consultado na biblioteca da universidade. De acordo com a editora, a compra nessa modalidade permite o direito perpétuo de propriedade e não há limites de downloads, cópias ou impressões quando o conteúdo é acessado na biblioteca universitária.

Os dois casos apresentados comercializam arquivos eletrônicos, mas com finalidades diferentes. O primeiro funciona como uma livraria virtual propriamente dita, com esquemas para aquisição do conteúdo comprado e proteção do material contra a pirataria. No caso da Atheneu, a intenção é ajudar estudantes de medicina que precisam consultar livros e aumentar a visibilidade da editora entre estudantes e professores. O pagamento fica a cargo da instituição que se interesse em adicionar a seu acervo os arquivos dessa forma disponibilizados pela editora.

Ainda que não representem casos concretos de livro eletrônico, as iniciativas dos sites brasileiros Domínio Público, LIDA, CultVox e o caso da Editora Atheneu mostram que o país engatinha nessa direção.

2.2 ENTÃO O QUE É?

O conceito do livro eletrônico engloba a digitalização do conteúdo e um suporte físico específico, uma tela e um aparelho eletrônico capaz de armazenar dados e exibi-los.

Se na versão impressa, o livro chega ao leitor na forma de papel-cartão, cola, costura, papel offwhite ou offset e tinta, o livro eletrônico se apresenta através de uma tela de LCD ou de eInk (tinta eletrônica) e ePaper (papel eletrônico). Todos gerenciados pelo dispositivo eletrônico do qual fazem parte. Aqui sim, temos o “livro do futuro”. Um aparelho portátil, com uma bateria que dura dias, a partir do qual você pode baixar e ler o conteúdo de obras escritas.

De forma geral, o livro eletrônico sugere a dissociação da forma de apresentação do livro de seu conteúdo. O leitor carrega consigo sempre o mesmo suporte e, a partir dele, pode consumir diferentes obras. No entanto, é o conjunto suporte + texto que define o eBook, não somente o arquivo digital do livro que se deseja ler.

Desde o Rocket eBook, múltiplos leitores foram desenvolvidos e colocados à venda em diversos países. No Brasil, por enquanto, esses aparelhos ainda não estão disponíveis. Atualmente, quem lidera o mercado é a Amazon com o Kindle, leitor que está em sua segunda versão. Seus principais concorrentes são o Sony Portable Reader, da Sony e o iLiad, da iRex Technologies.

Esses não são os únicos leitores disponíveis, há diversos outros de fabricantes diferentes. No entanto, os dois citados acima e o Kindle têm uma característica em comum que os torna superiores aos demais no quesito conforto ao leitor: eles utilizam ePaper e eInk em sua composição.

2.2.1 LEITURA CONFORTÁVEL

O maior argumento de resistência ao livro eletrônico é a falta de conforto causada pela leitura na tela. Fixar os olhos em um objeto que emite luz durante certo tempo pode causar fortes dores de cabeça e um cansaço quase insuportável à vista. É o caso das telas de LCD de computadores e diversos dispositivos eletrônicos, inclusive alguns eBooks.

Outro problema inerente às telas de LCD é o gasto de energia intermitente. A demanda se torna muito grande para a bateria, que acaba precisando de muitas recargas até que o leitor alcance o final do livro. Isso não é nada prático.

Para contornar essas questões, os fabricantes de suportes recorreram a uma tecnologia desenvolvida em 1974, na americana Xerox PARC, e deixada de lado devido aos altos custos do projeto. Nicholas Sheridon era o responsável pelo projeto, e o experimento serviria de base para a criação do ePaper, em 1989, pelo próprio Sheridon. Ele o chamava de Grycon, nome que deu origem a uma das grandes fabricantes do produto atualmente.

Inicialmente, o projeto visava criar um escritório em que não houvesse papel, não seria necessário imprimir e o desperdício seria inexistente. O objetivo não foi alcançado, o ePaper não atingiu a popularidade pretendida. Somente mais tarde, em meados da década de 1990, as pesquisas seriam retomadas pelo MIT e a importância do ePaper teria o reconhecimento que Sheridon pretendia para sua invenção. Ainda assim, de acordo com o pesquisador,

O ePaper entrou no mercado, mas não de forma grandiosa. O Grycon vendeu alguns displays para publicidade e a E Ink Corporation forneceu ePaper para o Sony Reader no Japão, mas a tecnologia ainda não é suficiente para abarcar o grande mercado que se sabe estar lá fora. Mais invenções são necessárias. (GENUTH, 2007.)

Bem, Sheridan se refere à utilização do ePaper em escritórios, como substituto do papel de celulose. No entanto, no que diz respeito ao livro eletrônico, o produto agradou, e muito, aos fabricantes de dispositivos de leitura.

2.2.2 EPAPER E EINK

Basicamente, o ePaper compreende duas camadas de um plástico flexível: na primeira está a tinta eletrônica, eInk, também chamada de painel frontal. Na segunda, também chamada de painel traseiro, está a parte eletrônica, os circuitos necessários para que a tinta se reorganize na tela diante do leitor. Existem diversas formas de criar esse conjunto, mas a mais popular entre os livros eletrônicos é aquela desenvolvida pela E Ink Corporation.

Baseada em descargas negativas e positivas para organizar a tinta, é a forma de ePaper com a melhor resolução e nitidez em relação às demais. Inicialmente, suas grandes limitações eram a velocidade com que as partículas de tinta se organizam, impedindo que fossem exibidas animações na tela, e o fato de ser monocromática. No entanto, a segunda limitação foi resolvida através de um acordo com a japonesa Toppan Printing, desenvolvedora de filtros coloridos. No final de 2005 foi anunciado o desenvolvimento do primeiro ePaper colorido, mas os consumidores ainda aguardam a chegada do produto ao mercado. Atualmente, os suportes mais populares utilizam o ePaper como interface, em oposição ao visor de LCD.

O cristal líquido apresenta algumas vantagens. A principal é a rapidez com que atualiza as informações na tela. Assim como num aparelho celular, mp3 ou PC, a um simples toque do usuário o conteúdo se modifica. Não é preciso aguardar a reorganização da tinta de acordo com a carga elétrica. Isso permite que ele exiba também animações. Além disso, o visor de LCD, até recentemente, era o único que permitia um display a cores.

Apesar das vantagens do cristal líquido, o visor de ePaper ainda é superior ao de LCD em um ponto crucial para os livros eletrônicos: o contraste entre eInk e ePaper se assemelha mais ao contraste entre tinta e papel, e não é preciso que haja iluminação traseira para tornar a leitura viável, ou seja, visores de ePaper não emitem luz.

Com isso, a leitura nos suportes que utilizam o ePaper é mais confortável, reflexos de luz na tela quase não sobressaem. Os dispositivos não são nocivos à vista como uma tela de LCD. Além disso, ele é mais leve, se trata basicamente de um plástico retangular flexível, e gasta menos bateria.

Mesmo com tantas vantagens, os suportes de ePaper e os de cristal líquido convivem, apesar de os últimos estarem se tornando menos populares, o que sugere que seus dias podem estar contados. Enquanto isso, novos leitores digitais surgem, principalmente nos EUA e Japão.



Comparação entre display de eInk colorido (protótipo da empresa japonesa Fujitsu, à esquerda) e o display de eInk preto-e-branco (direita). Fonte: The Future of Things.

Mesmo dispositivos com visores de LCD, que permitem a versão a cores, exibem seus dados em preto-e-branco. Além disso, os preços variam bastante, dependendo do que cada suporte oferece como diferencial. Em alguns produtos é possível ouvir música, acessar um dicionário caso o leitor tenha dificuldades com alguma palavra, ou ainda traduzir palavras de diversos idiomas. Outros permitem ainda que o livro seja ouvido, ao invés de lido, uma solução prática para deficientes visuais.

Apesar da oferta de leitores digitais no próprio site da Amazon, o Kindle é o de maior exposição mundial. Cada nova atualização sofrida pelo produto é noticiada por jornais no mundo inteiro, levando o fato ao conhecimento de milhões de pessoas. O mais interessante é que o leitor está disponível apenas para o mercado dos Estados Unidos. Pelo menos se o consumidor quiser fazer uso de suas principais funções: baixar o conteúdo de livros pra leitura imediata e o download de jornais americanos de grande circulação.

No Brasil, por exemplo, para o dispositivo funcionar seria preciso conectá-lo através de uma porta USB com um PC. Mesmo assim, todos estão atentos às novidades da Amazon no que diz respeito ao seu “xodó”. O que pode ser acrescentado à sua lista de funções ou se a Apple vai finalmente tentar competir com o Kindle são questões que figuram comumente nos artigos e matérias publicados a respeito do Kindle.

3 OS LEITORES DIGITAIS

O acesso ao eBook pressupõe a aquisição de um aparelho para sua leitura. Embora no Brasil não existam tais produtos, no mercado internacional eles são desenvolvidos e aperfeiçoados com uma velocidade incrível. Além dos grandes concorrentes Kindle e Sony Reader, uma diversidade de leitores é oferecida, muitas vezes a preços menores.

Antes de introduzir os leitores digitais propriamente ditos, é interessante apresentar o caso da Mobipocket, uma iniciativa que se popularizou rapidamente enquanto leitores do mundo todo ainda aguardavam a definição de um livro eletrônico. Mobipocket não é um livro eletrônico propriamente dito, mas serviu de aquecimento para o que viria a ser esse produto mais específico.

3.1 MOBIPOCKET

O projeto Mobipocket foi a primeira iniciativa que mais se aproximou do conceito de eBook. A empresa francesa Mobipocket desenvolveu um software que poderia ser transferido para dispositivos móveis, e não ser usado apenas em desktops ou laptops.

O Mobipocket Reader, o software em questão, é disponibilizado gratuitamente para os leitores. Já os livros em versão digital no formato Mobipocket são comercializados pelo site mobipocket.com. A idéia inicial era que os arquivos pudessem ser lidos em um celular ou PDA. Dessa forma, ele acrescentaria a característica portátil de um livro a esses tipos de tecnologia.

Atualmente o acervo é enorme e conta com títulos literários, dicionários, livros de auto-ajuda, de medicina e até cursos de línguas. A popularidade do Mobipocket foi tamanha que a Amazon, ao desenvolver o Kindle, o fez compatível com o formato comercializado por ele.

A Mobipocket não é uma empresa que vende livros eletrônicos, apesar de assim se intitular e de chamar de livros eletrônicos os arquivos digitais disponibilizados em seu site. Ela é na verdade uma empresa que transforma celulares e Palm Tops em livros eletrônicos.

3.2 CONCORRÊNCIA

É possível encontrar dispositivos de leitura digital com características muito variadas, em geral com funções básicas, inferiores aos mais competitivos, mas que englobam uma parte do mercado consumidor deixada de lado por esses aparelhos de marcas mais fortes. Na tabela abaixo encontram-se os modelos atuais mais populares nos mercados norte-americano.

<i>Marca</i>	<i>Fabricante</i>	<i>Tipo de visor</i>	<i>Ano de lançamento</i>	<i>Preço</i>
Kindle 2	Hon Hai Precision Industries (vendido sob endosso da Amazon)	ePaper, preto e branco	2009	US\$ 359
iLiad	iRex Technologies	ePaper, preto e branco	2008	US\$ 599
Sony Portable Reader	Sony	ePaper, preto e branco	2008	US\$ 399
HanLin eBook	Jinke Electronics	ePaper, preto e branco	2007	US\$ 299
Ebookman	Franklin Electronic Publishers	LCD, preto e branco	2008	US\$ 139,95
Ebookwise 1150	eBook Technologies	LCD, preto -e-branco	2004	US\$ 135,95
Jetbook	ECTACO	LCD, preto -e-branco	2008	US\$ 299

Os leitores digitais que figuram na tabela são aqueles aos quais o consumidor tem acesso mais fácil. Todos podem ser encontrados em sites de vendas de produtos diversificados, não apenas na página na internet do fabricante. Se alguém faz uma busca pelo Kindle ou Sony Reader, essas marcas também aparecem no resultado, baseado no parâmetro “leitor digital”. Existem ainda outras marcas, muitas dos mesmos fabricantes citados acima que não são o carro-chefe da empresa.

Como se vê, quatro dos leitores apresentados acima utilizam ePaper como interface, o que representa uma grande vantagem sobre os demais. A tecnologia do ePaper e eInk já está difundida entre os conhecedores e usuários em potencial de leitores digitais como uma característica revolucionária.

Apesar de todos os dispositivos presentes na tabela terem relativa visibilidade no que diz respeito ao público, três marcas são as mais competitivas entre si, apresentando inovações constantes, investindo fortemente na especificidade de seu produto como leitor digital. São elas: iLiad, Sony Reader e Kindle.

O iLiad não é o único leitor da iRex Technologies, mas é seu principal produto no que diz respeito a esta discussão, pois seu desenvolvimento levou em consideração a função que poderia ter como livro eletrônico. No portfólio da empresa figuram também leitores com funções mais voltadas para o mundo dos negócios, armazenamento de documentos, agenda eletrônica e, se sobrar tempo, um livrinho para distrair.

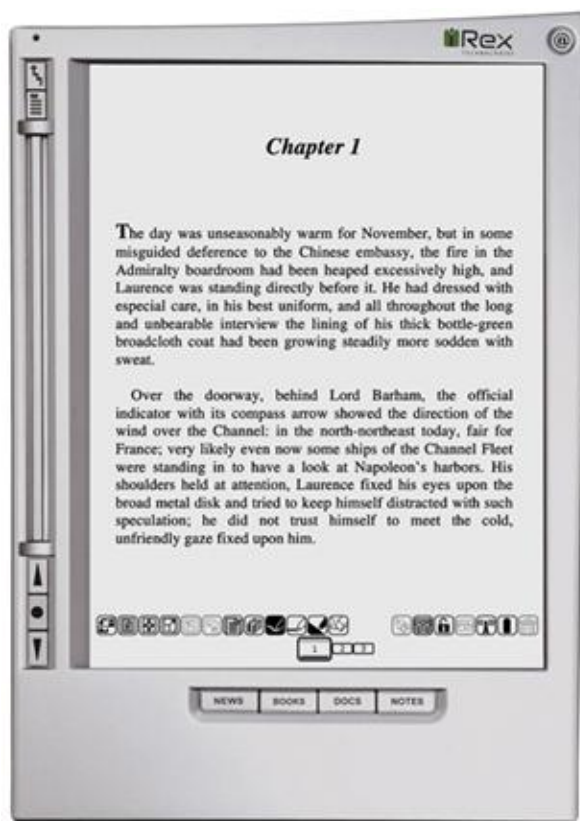


Imagem da versão Silver do iLiad Book Edition, da iRex Technologies. Fonte: iRex Technologies.

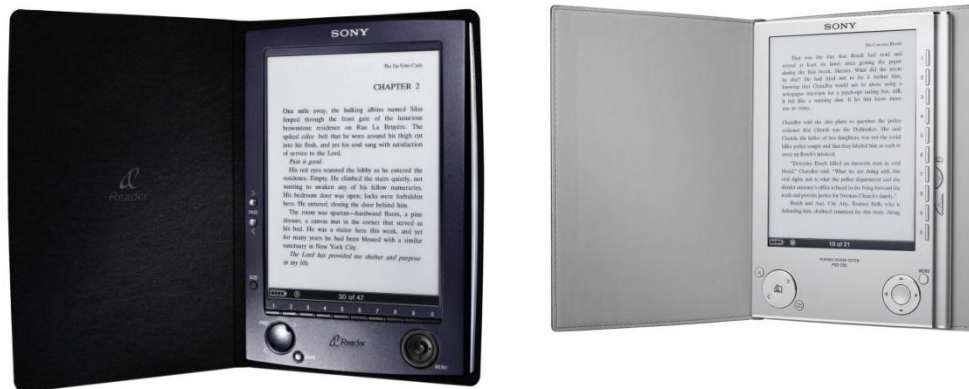
No caso do iLiad, foi criada uma edição especial para tornar a leitura mais confortável, visando justamente o tempo médio que uma pessoa aproveita diariamente para ler um livro. Essa versão especial possui o visor maior do que o dos demais produtos da empresa, e é confeccionado em ePaper e já vem com 50 livros armazenados. Na versão padrão, o dispositivo também permite a leitura, mas está mais voltado para documentos, trabalhos escolares, permite anotações e compartilhamento de documentos criados pelo usuário.



As anotações no iLiad são feitas como se o leitor fosse um tablet. Dessa forma, é possível desenhar em documentos em branco. Fonte: iRex Technologies.

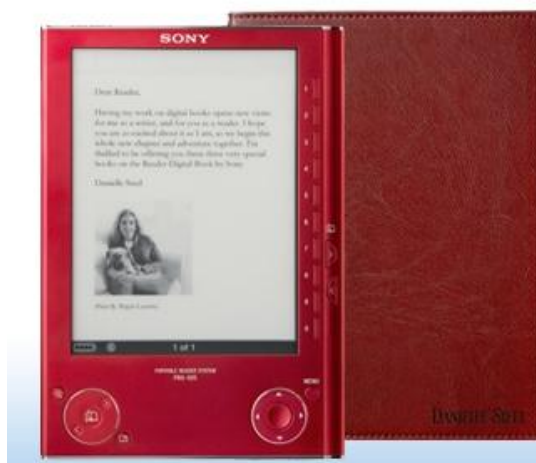
A Sony colocou seu leitor no mercado no ano de 2008. Faz algum tempo a empresa se reposicionou para buscar maior identificação com o público jovem, uma vez que o público mais velho já a encarava como uma marca de confiança. Esse reposicionamento lançou no mercado celulares, aparelhos de Mp3, câmeras digitais, todos com um conceito jovem, relacionando-os sempre à música, diversão entre um grupo de amigos. Com uma estratégia

dessas em andamento, o grupo não poderia deixar de apresentar também seu leitor digital o quanto antes, sob o risco de parecer desatualizado.



Duas versões do Sony Reader. A da esquerda, mais sóbria, com ar mais sério. A da direita com aspecto *light*, e a cara mais jovem. Fonte: Sony Style.

O Sony Reader é o concorrente mais forte do Kindle no mercado norte-americano. Suas características técnicas se assemelham muito às do leitor da Amazon. Como diferencial, ele apresenta constantemente edições especiais inspiradas em certos autores de grande público nos Estados Unidos. As mais recentes são as edições Michael Connelly e Danielle Steel, ambas com código para download de três títulos dos autores que as endossam e uma capa protetora de couro. A de Connelly é preta e vem com uma réplica de seu autógrafa no canto inferior, já a de Danielle Steel é vermelha e texturizada.



Edição especial Sony Reader Danielle Steel. Fonte: Sony Style.

O motivo mais importante para destacar esses produtos especificamente foi justamente o fato de disputarem público com o Kindle, atualmente o leitor digital mais popular no mundo, apesar de ser comercializado apenas nos EUA. Mesmo nos países em que não é vendido, Kindle é um nome familiar. E todos os leitores acima estão à venda no site Amazon.com, exibidos na página de leitores digitais.

3.3 O CASO DO KINDLE

Com o mercado de leitores digitais ainda caminhando, é interessante tentar entender o sucesso de um produto que, apesar de estar na segunda versão, é uma grande experiência ainda não consolidada. Uma prova disso é o fato de estar restrito ao mercado norte-americano e ainda em expansão por lá. O alcance do Kindle não abrange todas as cidades dos EUA, apesar de a Amazon ter anunciado que o Kindle 2 já possui conectividade em mais lugares que seu predecessor.

Antes de tudo, é importante conhecer as funções principais e o diferencial do produto que muito provavelmente servirá de modelo para o desenvolvimento dos leitores que ainda estão por vir, inclusive no caso brasileiro.

3.3.1 O KINDLE PELA AMAZON

As características a seguir dizem respeito à versão 2 do Kindle, e foram retiradas da página de venda do produto na página da Amazon.

3.3.1.1 DESIGN

É levíssimo e tem a espessura de uma revista. De acordo com o fabricante, o design foi pensado para situações de leitura prolongada, em que o leitor sente a necessidade de mudar de posição diversas vezes. A localização dos botões para virar as páginas não exige muito do leitor e os mesmos são levemente côncavos, para evitar que a página seja virada acidentalmente, uma melhoria em relação à versão anterior. Como a conectividade do aparelho é inteiramente wireless, nenhum fio ou cabo ficará pendurado atrapalhando a leitura.

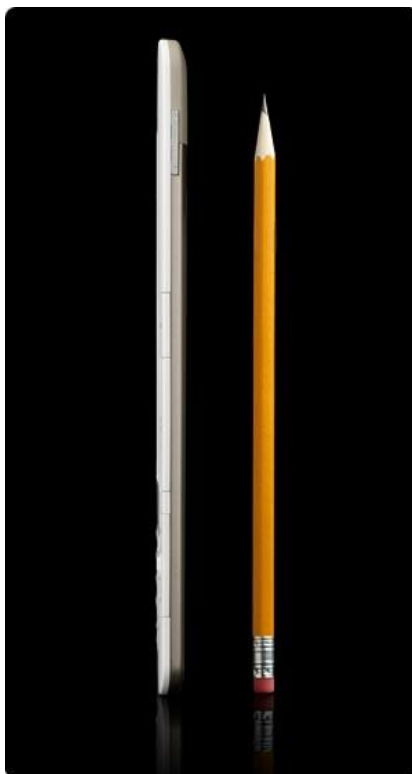


Imagem de divulgação do Kindle 2 comparando sua espessura com a de um lápis. Fonte: Amazon.

3.3.1.2 CONECTIVIDADE WIRELESS

A tecnologia 3G permite que o usuário baixe o conteúdo a ser lido em menos de um minuto e, ao contrário do WiFi, não é preciso encontrar um sinal de antena para se conectar. A cobertura foi expandida em relação à primeira versão do Kindle para que mais cidades possam ter acesso ao produto. A conectividade wireless é paga pela Amazon, o usuário não recebe sequer uma conta pelo acesso à internet.

3.3.1.3 ARMAZENAMENTO

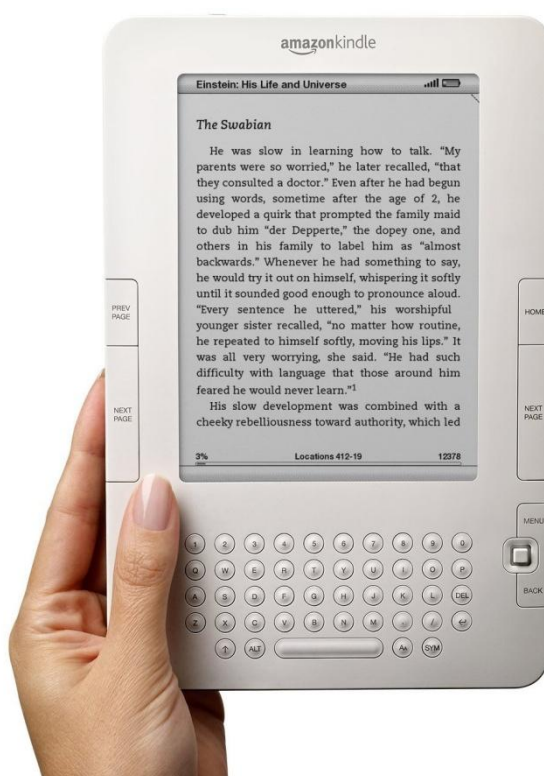
O Kindle 2 é capaz de armazenar em seu disco rígido mais de 1500 livros. Além disso, a Amazon garante que cada livro baixado pelo usuário ficará guardado online, para ele possa acessá-lo novamente, sem qualquer ônus, caso perca o conteúdo de seu suporte. Se a leitura estivesse em curso na ocasião da perda, a Amazon garante também que o backup indicará em que página o leitor parou e, caso tenha feito algum destaque ou anotação, estes também estarão guardados.

3.3.1.4 FACILIDADE NA LEITURA

O conceito do Kindle 2 é que ele “desapareça” da mesma forma que um livro durante a leitura. O leitor não percebe o papel, a cola ou a costura, apenas mergulha na história. A ideia é que o usuário se adapte ao Kindle da mesma forma que se adapta um livro ao longo da leitura. O grande responsável por esse efeito no livro eletrônico é o ePaper, que se aperfeiçoou ao longo dos anos visando justamente aprimorar a resolução de tela e minimizar o reflexo da luz. Uma das vantagens apontadas pela Amazon é a possibilidade de ler um livro no Kindle sob a luz do sol.

Além disso, características como tamanho da letra ajustável, maior velocidade de passagem de páginas e adaptação à leitura de periódicos também são apontados como grandes vantagens. O Kindle 2 é capaz de ler o texto para o usuário, mas a Amazon adverte: “somente se o detentor dos direitos do livro concordar em habilitar essa função”.

Outras funções como um dicionário embutido, acesso à Wikipédia, ferramenta de busca e um aplicativo que habilita o Kindle ao iPhone são apresentadas.



Apresentação da tela do Kindle 2. Fonte: Amazon.

3.3.1.5 FUNÇÕES EXPERIMENTAIS

A Amazon adverte que algumas das funções do Kindle 2 são apenas experimentais, e estão em fase de aperfeiçoamento. A empresa aproveita para fazer um apelo aos usuários do Kindle 2, para que testem as funções e dêem sua opinião diretamente à empresa. São elas: Read-to-me (leia para mim), a que permite que o aparelho leia o conteúdo exibido para o

usuário; Browser, o navegador do Kindle ainda está em fase de testes, mas permite, além de buscas na Wikipédia, que o usuário pesquise algo no Google; PDF Conversion, é possível abrir documentos em formato PDF no Kindle, mas algumas versões da extensão ainda não são muito bem reconhecidas pelo produto; Music & Podcasts, é possível transferir arquivos em formato MP3 de um PC para o Kindle e ouvi-los.

3.3.2 O SUCESSO DO KINDLE

Praticamente todas as características e vantagens apresentadas já foram testadas por outros leitores digitais e fazem parte de seu escopo de funções. Por que, então, o Kindle é o dispositivo de maior exposição mundial? Ele é conhecido além de seu alcance e seu crescimento é acompanhado ao redor do mundo.

A resposta é simples: o suporte foi desenvolvido e apadrinhado pela Amazon, a maior livraria digital do mundo. A empresa já tinha a capacidade de adaptar os demais produtos de seu estoque ao leitor digital e a possibilidade de dar a ele enorme exposição diretamente para seu público.

Compradores online estão sempre atentos a novas formas de tecnologia, não desejam perder tempo se deslocando até uma livraria e estão acostumados com a leitura proporcionada por uma tela. Além disso, a Amazon tem acesso, através de suas estatísticas de compras, aos títulos mais procurados e ao gosto pessoal de determinado tipo de comprador. Selecionar os livros certos para esse novo suporte seria também muito fácil.

Com isso estabelecido, restava apenas lançar o produto e fazer as associações certas. O mercado escolhido, os Estados Unidos, também não deixa a desejar no quesito consumo. As novidades tecnológicas são recebidas com admiração e desejo de compra. Através de acordos

com editoras e periódicos a Amazon conseguiu conferir ao Kindle a praticidade que desejava ao público-alvo esperado.

Atualmente a chamada Kindle Store possui mais de 300.000 livros à disposição para compra e download, entre os quais, a loja anuncia com orgulho, 109 dos 112 *best sellers* na lista do *New York Times*. É possível também fazer assinatura dos principais jornais dos EUA e alguns internacionais. A loja oferece as primeiras duas semanas grátis, como um período de experiência para o leitor. A edição atualizada é recebida automaticamente pelo Kindle através da conexão wireless.

O leitor permite também que o consumidor leia uma pequena amostra do livro para ter certeza de que quer comprá-lo. E se por acaso algum título não estiver disponível para o Kindle, na página de venda do produto a Amazon disponibiliza um pequeno aviso: “Conte para o editor! Eu gostaria de ler este livro no Kindle.” O aviso é um link, e cada clique é contabilizado para que as estatísticas sejam enviadas ao editor. Provavelmente uma tentativa de convencê-lo, por meio dos números, que seria vantajoso disponibilizar o conteúdo para o Kindle.

Com parcerias estrategicamente selecionadas e uma campanha de lançamento e manutenção forte, a Amazon parece ter descoberto um modo de levar seu produto ao conhecimento, inclusive, de consumidores geograficamente incapazes de adquiri-lo. Conseguiu também instruir seu público a respeito do que é um eletrônico e quais são as possibilidades do leitor digital, sem, com isso, deixar de vender seus produtos impressos. As vendas do conteúdo digital estão longe de superarem aquelas do livro impresso, mas a empresa encontrou um nicho com o Kindle que deve se manter estável enquanto os leitores digitais não se tornam um produto tão comum quanto um MP3 player nas mochilas dos consumidores.

Isso pode parecer muito distante da realidade brasileira, mas algumas editoras nacionais já possuem um conteúdo digital para comercialização e novas editoras surgem especializadas nessa área. Uma pequena revolução no modo de fazer livros e contratar autores pode estar em curso. A Zahar já está pesquisando sua entrada no mercado com um catálogo de livros digitais. E tudo sem que o país tenha um dispositivo voltado exclusivamente para a função de um livro eletrônico.

4. O LIVRO ELETRÔNICO NO BRASIL

O Brasil ainda não possui um aparelho exclusivo para leitura digital. Embora muitos eletrônicos tenham entre suas funções a de ler textos, geralmente em formato TXT ou PDF, nenhum deles é voltado exclusivamente para esse fim. Isso quer dizer que não estão adaptados para proporcionar conforto ao leitor, não foram projetados com o objetivo de exibirem textos.

O que se conhece atualmente por livro eletrônico no país são arquivos digitais de títulos em domínio público disponibilizados por sites independentes ou ainda editoras virtuais que comercializam versões eletrônicas de obras de autores que não conseguiram contratos com as editoras “tradicionais”. É possível encontrar ainda a disponibilização em formato digital de conteúdo não autorizado de livros já publicados em meio impresso, a famosa pirataria.

Nenhum dos casos constitui um livro eletrônico, pois, conforme dito anteriormente, é necessário que exista um suporte portátil para a leitura do conteúdo digital. Quando o usuário faz o download de um livro conforme especificado acima, ele precisará lê-lo em seu computador, a partir de uma tela que emite muita luz, o que torna o ato da leitura incômodo e até prejudicial à vista.

Quando o assunto é tecnologia, o Brasil tende a figurar entre os países que mais consomem no mundo. De acordo com o jornal O Estado de São Paulo, em uma pesquisa realizada pela ACNielsen, em 2008, com 26 mil usuários de internet em 52 países, o Brasil ficou em segundo lugar na categoria “Consumo de entretenimento eletrônico”. Na categoria específica música, o país está no topo da lista. (ESTADO DE SÃO PAULO, 2008)

É possível concluir, então, que o brasileiro representa um forte consumidor em potencial para produtos tecnológicos inovadores, como é o caso do livro eletrônico. É essencial que as editoras brasileiras percebam isso.

A tendência geral quando se fala de literatura no Brasil é a falta de motivação gerada por números desencorajadores, como o resultado da segunda fase da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, que revelou que 55% de leitores contra 45% de não leitores entre 172.731.959 de pessoas entrevistadas. Ou seja, quase a metade da amostra não havia lido sequer um livro nos três meses que precederam a pesquisa.

O mais interessante é que, ao confrontar esses dados, a idéia de unir o livro ao eletrônico, no Brasil, parece capaz de criar um paradoxo. O único problema nesse caso é que a curiosidade só poderá ser saciada depois da introdução do livro eletrônico no país.

4.1 A PREPARAÇÃO NO BRASIL

Com o sucesso de leitores como o Kindle e o Sony Reader, é inevitável que, eventualmente, algum aparelho desse tipo entre no mercado brasileiro em determinado momento. E esse momento não está distante. Não há como ter certeza se daremos as boas-vindas ao próprio Kindle ou ao Sony Reader, talvez outra empresa que já atue no Brasil perceba a ausência de dispositivos de leitura digital e sua demanda, passando a frente dos suportes mais populares no exterior atualmente.

De qualquer forma, é preciso tomar como uma certeza que não ficaremos de fora por muito tempo. Colocando de lado as discussões sobre se o livro eletrônico deve substituir ou não o livro impresso, é fato que o eBook não vai desaparecer de uma hora para outra, como se fosse apenas um modismo. O número de consumidores do Kindle cresce constantemente e os títulos disponíveis para leitores digitais aumentam a cada dia.

Diante dessa realidade, sentar e esperar para ver o que acontece não é uma opção para as editoras brasileiras. Com a entrada no mercado nacional de um dispositivo de leitura digital, será necessário ter um material pronto para recebê-lo. Quando uma nova tecnologia é

introduzida ao consumidor, dificilmente ele consegue ignorá-la. Os primeiros compradores de um leitor digital no Brasil vão querer explorar sua funcionalidade ao máximo. Para isso, é necessário que existam livros para seus aparelhos.

Colocar um livro no mercado exige conhecimentos específicos de cada etapa de produção e impressão e o entendimento de como funciona esse mercado. O profissional de produção editorial é altamente qualificado para coordenar essas tarefas e manter em funcionamento a estrutura e organização de uma editora.

No caso do livro eletrônico, nada melhor do que uma editora, que já possui o know-how dos processos de produção de livros, para fornecer esse produto ao mercado. No entanto, é preciso que ela se organize para isso. É necessário estar preparada, estudar, entender melhor a respeito de formatos e suportes para oferecer ao leitor o conteúdo de maior qualidade possível para seu aparelho de leitura digital.

O que se percebe entre as editoras mais tradicionais e com os catálogos mais extensos é uma certa resistência à entrada do livro digital no país. Talvez por ceticismo, talvez por medo de que ele possa suprimir certos títulos impressos. Ignorar um fato não faz com que ele deixe de existir, mas torna a editora desprevenida. Sem qualquer preparação para a entrada do livro digital no país, as editoras poderão levar anos para alcançarem essa tecnologia, que com certeza vai mudar bastante em pouco tempo. Além disso, títulos bons, de interesse do público, terão seu potencial negligenciado.

4.3 O MEDO DO EBOOK

Para muitas editoras, o livro eletrônico pode representar uma competição desleal. Com o custo drasticamente reduzido devido ao corte com despesas de impressão, armazenamento e distribuição seu preço deverá ser muito menor do que o da versão impressa. Ter no catálogo o

mesmo título com preços muito discrepantes é um ponto negativo, que pende para o lado do livro impresso.

Esse temor ocorre nos EUA, onde muitas editoras tentam proteger seu catálogo impresso disponibilizando as versões digitais por preços apenas um pouco menores. Isso causa um grande estranhamento nos consumidores, que pode ser percebido em comentários deixados na página de vendas de alguns desses livros no site da Amazon. Muitos se perguntam por que a diferença é tão pequena se o livro eletrônico custou menos. A própria loja virtual tenta contornar esse problema por meio de promoções, e, aos poucos, as editoras estão concordando em diminuir os preços dos títulos eletrônicos.

Resta ainda outro problema: o livro digital não tem custo de entrega, o qual é repassado ao consumidor quando este adquire um título em uma loja virtual. Mais um fator que favorece a compra do livro eletrônico.

Outro fator que preocupa os produtores editoriais é o conhecimento específico necessário para a produção do livro eletrônico. Assim como em qualquer novo tipo de tecnologia, o profissional precisa se adaptar e atualizar. No caso do mercado editorial, não se trata apenas dos funcionários de uma editora, mas os colaboradores externos que participam da produção do livro.

Para os diagramadores, a mudança será bem grande. É preciso pensar que o projeto será lido em uma tela de seis polegadas, imaginar o tempo que leva para o leitor virar a página, tomar mais cuidado com as órfãs e viúvas – a página seguinte não será mais a da direita, esses erros ficarão muito evidentes. O formato em que o arquivo será exportado também é uma questão importante. Como ainda não temos um leitor digital no país, não é possível saber que formato de arquivo será suportado.

Além disso, a entrada do livro eletrônico no Brasil traz consigo uma realidade infeliz: subitamente todo o conhecimento adquirido e aperfeiçoado pelos profissionais editoriais se

tornará obsoleto. Não que ele perca sua utilidade, afinal, eletrônicos e impressos conviverão. Mas os profissionais que já atuam no mercado, e inclusive aqueles recém-formados, precisarão aprender um novo processo de produção e comercialização de livros.

Enquanto o mercado editorial é obrigado a aguardar a entrada de um leitor digital no Brasil, é ideal que comece a se preparar para o impacto que pode ser causado. As editoras precisam ficar atentas para que não sejam ultrapassadas pela tecnologia. Manter seus títulos a postos para adequação ao formato que chegará ao país é a única solução no momento.

4.4 O CASO DA ZAHAR

Atenta às notícias que invadem a mídia brasileira sobre o leitores digitais e o lançamento de novos títulos em formato eletrônico, a Jorge Zahar percebeu que não era possível ficar de braços cruzados, apenas esperando “para ver no que dá” a chegada do livro eletrônico ao Brasil. Com o intuito de não se deixar atropelar pela nova tecnologia, a editora tomou a decisão de se adiantar e preparar seu catálogo para o eBook.

Em uma conversa com Bruno Cruz, produtor gráfico da editora Jorge Zahar, durante a preparação para este trabalho, ele explicou que a intenção da Zahar é estar pronta para colocar seus títulos no mercado assim que for lançado um leitor digital no Brasil. Para isso, os profissionais da editora se prepararam estudando as características dos leitores digitais mais proeminentes – Kindle, da Amazon, e Sony Reader, da Sony – e entendendo melhor como funciona o formato para livro digital. Eles chegaram a algumas conclusões que importantes, citadas a seguir.

4.4.1 O EBOOK PODE BENEFICIAR TÍTULOS EM RISCO DE SAIR DE CATÁLOGO

A migração do catálogo para formato eletrônico e sua posterior comercialização beneficiará os títulos que em geral têm uma demanda muito baixa, mas não deixam de ser procurados. Muitos livros têm uma importância grande para o leitor, porém o número de consumidores é muito baixo e a procura pelo título é bastante oscilante. É o caso daqueles de interesse acadêmico, por exemplo. Os professores montam seu curso imaginando bibliografias específicas, que nem sempre são as mesmas. Pode acontecer de um livro ficar muito tempo sem demanda, até que figure em uma bibliografia.

Ainda assim, a procura pode ser passageira. Muitas editoras tirariam o livro de seu catálogo, pois parou de dar lucros. A Zahar não pensa dessa forma, ela percebe a relevância de alguns títulos e opta por não interromper a impressão, tendo em mente que em algum momento seus leitores precisarão encontrá-lo. Nesse sentido, a publicação eletrônica pode vir a favorecer tais títulos, pois as maiores despesas – impressão, armazenamento e envio – não existirão.

4.4.2 NOVAS DESPESAS SERÃO ACRESCENTADAS AO CUSTO DO LIVRO

No entanto, a editora também está ciente do problema que a digitalização do catálogo pode gerar, principalmente para o caso acima. Muitos livros não possuem arquivo eletrônico, são anteriores a essa revolução. Será preciso digitá-los para formar um acervo em programas de edição que permitam a exportação para o formato do livro eletrônico. Um trabalho árduo e dispendioso, que será acrescentado ao custo do livro. Isso pode fazer com que alguns livros não se paguem, ou seja, não cubram as despesas geradas em sua produção.

4.4.3 COMO PREVER O FORMATO DE LIVRO ELETRÔNICO ADOTADO NO BRASIL?

Outra conclusão muito importante foi quanto ao formato de arquivo para livros eletrônicos. Ainda não se pode saber que tipo de extensão o leitor digital que chegar ao Brasil será capaz de suportar. No momento, o próprio Kindle suporta apenas os formatos de Mobipocket (o mesmo para leitura em PDA), TXT e AZW, formato próprio da Amazon protegido contra violação de conteúdo digital. Já o Sony Reader suporta alguns formatos comuns, como TXT, RTF e alguns arquivos de imagens, além dos formatos exclusivos LRS e LRX, este último criptografado.

A solução encontrada foi preparar os livros para exportação em um formato “curinga”, que qualquer programa no momento consiga reconhecer e abrir, para que possam ser salvos posteriormente no formato específico para o livro eletrônico. A extensão de arquivo escolhida foi o XML (Extensible Markup Language), uma linguagem capaz de ser lida por diversos softwares e de se integrar com outras linguagens. Atualmente, o programa de editoração capaz de importar e exportar arquivos em XML é o Indesign.

4.4.4 OS PROFISSIONAIS FREELANCE DEVEM ESTAR PREPARADOS PARA AS MUDANÇAS

Para que todos os títulos estejam em conformidade com as diretrizes escolhidas pela editora ao se preparar para a chegada do eBook, é preciso encaminhar tais informações aos colaboradores externos. Nesse ponto, é muito importante que os designers estejam preparados, se atualizem, entendam melhor como funciona a conversão de arquivos, para que nada seja perdido no processo. Será essencial que os diagramadores se especializem no Indesign, deixando, aos poucos, de usar outros programas de edição muito comuns, como o QuarkExpress. Aqueles que não o fizerem eventualmente deixarão de trabalhar com a editora.

4.4.5 COMO CONTROLAR A PIRATARIA?

Por fim, a conclusão mais alarmante a que chegaram os profissionais da Zahar é que será praticamente impossível controlar a pirataria dos livros uma vez que vendidos em formato eletrônico. Atualmente, cada nova tecnologia que chega ao mercado é decodificada quase que imediatamente. Desde de CDs de música a consoles de videogames. No caso de um arquivo eletrônico, a facilidade será maior ainda. Isso gera um problema muito sério, que deve ser pensado cuidadosamente para amenizar os prejuízos da editora.

4.5 GERENCIAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

DRM, ou Digital Rights Management, são métodos de controle de acesso a materiais registrados utilizando meios tecnológicos. Desde o crescimento desenfreado dos downloads de músicas e filmes, bem como a cópia de CDs e DVDs, a indústria do entretenimento tenta conter a pirataria de seus produtos.

No caso de material impresso protegido, a lei procura agir diretamente nos locais em que as cópias são feitas em grande quantidade, estabelecimentos comerciais como gráficas rápidas, birôs de impressão e a famosa “Xerox da faculdade”. Um estudante que possua uma impressora multifuncional que também aja como copiadora não causará danos muito grandes ao produto, pois, mesmo que cometa um ato ilegal, não é capaz de fazer cinco cópias de um livro, por exemplo. No caso de produtos como músicas e filmes, é necessário apenas copiar uma vez para um HD e a difusão do material será infinita, através de servidores de troca de arquivos P2P (peer to peer, na sigla em inglês).

Para evitar esse tipo de dano material, detentores de direitos autorais utilizam-se de softwares que gerenciam o uso do produto, removendo o controle da pessoa que tem a posse

do conteúdo digital. Alguns exemplos mais comuns da ação desses softwares são: a restrição do número de cópias que um usuário pode fazer de um CD ou DVD; a emissão de informações que “confundem” o software que converte as músicas de um CD ao formato digital, como por exemplo o Mp3, mais utilizado na troca de arquivos através da internet; a proibição de cópia e impressão de arquivos digitais de texto protegidos, baseando-se nas restrições previamente estabelecidas pelo detentor dos direitos autorais (e definidas com a partir da lei dos direitos autorais do país de origem).

Esse assunto é muito polêmico e é exaustivamente discutido no Brasil e no mundo. A restrição de cópias para uso pessoal é considerada uma prática abusiva em diversos países. Na França, por exemplo, foi determinado por uma corte, em 2005, que DVDs codificados com software de gerenciamento de direitos autorais violam as leis de uso de legal, pois impedem que o proprietário do DVD faça uma cópia para seu uso pessoal. No Brasil, a lei do direito autoral prevê que seja feita “a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro”. Ou seja, mesmo que para uso pessoal, a reprodução de uma obra na íntegra é ilegal.

Mesmo quando o software DRM permite que sejam feitas até duas cópias do conteúdo comprado, como fazer o computador entender, por exemplo, que é preciso reproduzir o produto em um novo HD, caso o anterior tenha sido danificado e o usuário tenha perdido a cópia feita anteriormente? Ele não entende e a reprodução é proibida.

Além disso, quando um arquivo digital é vendido por meio de um site na internet, o site em questão fornece o conteúdo digital e uma chave que permite que o conteúdo seja acessado. Há até pouco tempo, as chaves eram enviadas junto com o conteúdo na forma de um arquivo codificado. Só era possível abrir o arquivo com a presença da chave no computador. Isso prevenia o envio do material para outro computador, ou seja, a difusão do conteúdo sem autorização. Não demorou muito para que os usuários percebessem a

necessidade da chave e a enviassem a amigos junto com o resto dos arquivos inerentes ao conteúdo.

A solução encontrada foi atrelar a chave à identidade do computador. Dessa forma, só é possível acessar o arquivo a partir da máquina que foi registrada como proprietária daquele conteúdo. Mais uma vez a DRM esbarra num problema técnico: um computador atualmente dura, em média, de dois a três anos. Quando o usuário troca de computador, a identidade também é alterada. Mesmo tendo adquirido o conteúdo digital de forma legal, não será possível acessá-lo na nova máquina.

Apesar de diversas questões e argumentos contra o desenvolvimento de softwares restritivos para conteúdos audiovisuais, é preciso proteger a autoria e integridade das obras. A grande questão é “como?”. Mesmo os métodos já utilizados em outras mídias são passíveis de violação por certos usuários. Sempre que, por exemplo, um novo console de videogame surge, dias depois circulam notícias de que seu código de proteção foi desbloqueado para que os consumidores possam utilizar jogos piratas nele. Assim que saiu o iPhone, rumores de que alguém o havia decodificado foram confirmados.

As editoras enfrentarão sérios problemas de pirataria quando entrarem no mercado os primeiros livros eletrônicos. Se a briga com os estabelecimentos que fazem cópias ilegais de livros tomou forma e acabou, inclusive, por fechar alguns desses estabelecimentos (principalmente dentro de universidades), foi unicamente porque rastrear esses locais era fácil. No caso dos livros eletrônicos, mesmo que seja possível rastrear o primeiro usuário, aquele que adquiriu o livro legalmente, uma vez feita a cópia, a difusão do conteúdo estará completamente fora do controle das editoras.

4.6 QUANDO O EBOOK VIRA MOCINHO

Embora muitos ainda rejeitem o conceito do livro eletrônico por considerá-lo o assassino do livro impresso, para alguns a chegada do eBook no mercado brasileiro traz a promessa do acesso a títulos de grande popularidade dos catálogos das editoras nacionais. O estudante Marcos Lima é uma dessas pessoas. Deficiente visual desde a infância, e ávido por literatura, sempre encontrou obstáculos quando queria ler os grandes clássicos da literatura ou aqueles livros dos quais todos sempre falam em reuniões sociais.

Esses títulos raramente são disponibilizados em forma de audiobook, o que priva os deficientes visuais da leitura ou às vezes os força a encontrar outros meios, nem sempre ortodoxos, de acesso ao livro.

Abaixo segue, na íntegra, o depoimento do estudante sobre o assunto:

“Se não fosse a Internet, eu não teria acesso a muitas coisas. Todos os livros que li (a exceção daqueles da faculdade) foram porque eu baixei na Internet, seja em sites que o disponibilizam ou em compartilhadores de arquivos. O Harry Potter, Senhor dos Anéis, todos do Júlio Verne, Saramago, entre muitíssimos outros, eu só consegui ler porque baixei da Internet.

Por muito tempo, fiz parte de uma lista portuguesa de trocas de livros por e-mail, mas depois eles fizeram uma reformulação e me expulsaram. Tenho mais de duzentos livros comigo e gostaria de ter muito mais. Sei que não é legal baixar livros com proteção de copyright, mas se não fosse assim, eu não conseguiria ler todos esses autores dos quais te falei.

Escanear livros é ainda um trabalho complicado e que nem sempre resulta bem, porque há uma quantidade grande de lixos no meio do texto. A melhor coisa do mundo é pegar um livro digital, se erros, posso lê-lo muito facilmente e, graças à velocidade do meu computador, leio inclusive mais rápido do que vocês, na média.

Livros em Braille são muito extemporâneos, na medida em que eles são grandes e é impossível carregá-los. Não é exagero se eu disser que todos os livros do Harry Potter encheriam facilmente as estantes do meu quarto. Isso é contraproducente.

Antigamente, quando não havia computadores, gravávamos livros e os escutávamos em fitas cassete. Havia (ainda deve haver) uma audioteca no Benjamin, especializada nisso.

Normalmente, os sites que disponibilizam livros eletrônicos para cegos não cobram pelo serviço e disponibilizam o livro no formato DOC, PDF ou, menos comumente, em PDFRTF. Mas isso dá no mesmo porque eu transformo tudo para TXT, até porque esse é o formato mais leve.

Acredito que a produção de audiobooks é mais cara do que a simples digitalização do livro. Eu só tenho um audiobook. É o da Bruna Surfistinha, ela lendo as histórias dela, mas numa versão menos light do que no livro de papel.

Eu não me importaria em pagar uma quantia para ter um livro que eu quero muito ler (ainda que em formato digital), desde que essa quantia fosse compatível com o que o livro eletrônico representa (sem os custos de impressão, capa, encadernação, etc).

Claro que se as editoras não fizerem audiobooks, excluiremos uma parcela grande da população que não tem acesso a computador. Embora para mim os problemas estivessem resolvidos se as editoras vendessem a baixo custo livros eletrônicos, sei que muitos companheiros de deficiência (risos), não teriam essa mesma sorte.”

Marcos Lima, 26 anos, estudante de Comunicação Social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ansiedade causada pela introdução dos livros eletrônicos no mercado editorial está longe de chegar ao fim. Agora é o momento de as editoras deixarem para trás a especulação sobre a possibilidade do eBook e o encararem como o futuro do livro. Isso não quer dizer que o livro impresso deixará de existir de uma hora para outra, mas que é importante se preparar para o fato de que o livro eletrônico é real.

Mesmo que ainda leve algum tempo para essa nova tecnologia se tornar tão comum como, por exemplo, o MP3, é preciso admitir que ela terá influência sobre o modo de se fazer livros, e que pode, inclusive, criar novas necessidades de produção e venda no meio editorial.

Durante muito tempo a maneira de se fazer livros sofreu poucas alterações, e o modo como chegam ao público, incluindo sua aparência e comercialização, também. Novas tecnologias de impressão, a editoração eletrônica, avanços no acabamento de capas e a venda através de lojas virtuais estão entre as mudanças mais recentes.

As primeiras experiências com livros eletrônicos foram vergonhosamente rejeitadas pelo público. Isso porque, na época, não estavam habituados a lidar com mudanças tão grandes em um produto que se manteve constante por tanto tempo. A falta de informação também teve influência nesse caso. As pessoas não estavam prontas para absorver o tipo de tecnologia que entrava no mercado, ainda estavam vivenciando os avanços de outros tipos de entretenimento, como a música e o cinema.

Agora o cenário é bem diferente. Não só a familiarização com aparelhos tecnológicos é maior, mas a compreensão de que mudam com uma velocidade impressionante também faz parte do cotidiano da população. Com isso, vem a impaciência, a vontade incontrolável de adquirir o novo assim que é lançado.

Ainda que persista a disponibilização ou venda de arquivos digitais erroneamente chamados de livros eletrônicos, aos poucos os consumidores estão entendendo melhor no que

consiste realmente o eBook. No exterior, é possível encontrar listas de discussão sobre a qualidade de certo produto em relação a outro ou ainda sobre os avanços do ePaper.

Conforme as pessoas compreendem que livros eletrônicos não existem sem o dispositivo de leitura apropriado, mais experimentam esses produtos e opinam sobre sua qualidade. As editoras internacionais, lentamente, abastecem o consumidor com livros eletrônicos e a Amazon continua anunciando inovações para o Kindle, mesmo depois de lançada a segunda versão do produto.

Também é importante o fato de já existir concorrência entre os suportes para leitura digital. Isso força as empresas fabricantes, mesmo nesse momento inicial, a investir em pesquisas para aumentar a qualidade de seus produtos e criar novos diferenciais. E o que é admirável: a competição influencia os preços. Tudo isso indica que dessa vez o livro eletrônico não vai desaparecer, como fez em 1999.

Até a criação do papel eletrônico, o ceticismo quanto ao eBook era muito maior. Não daria certo colocar à venda um produto dedicado à leitura que tronasse a mesma desagradável. Com a persistência de profissionais da indústria eletrônica, o ePaper foi criado para resolver esse problema. Uma tela que contém tinta eletrônica, capaz de se reorganizar ao comando dos circuitos internos do aparelho. Só bastou isso para que entusiastas do eBook declarassem que o maior obstáculo estava resolvido – e o futuro do livro também.

Bem, com o futuro resolvido, como pode o Brasil ficar de fora dessa? Um dos países que mais consome tecnologia no mundo não estar atento às novidades com relação ao livro eletrônico é no mínimo intrigante. Não se pode afirmar que o país está completamente por fora dessa novidade. A segunda versão do Kindle foi noticiada por jornais de grande circulação no país. O brasileiro tem alguma noção do que pode estar por vir.

O mercado editorial brasileiro deve estar atento a essas mudanças, pois elas influenciam o interesse do público leitor por novidades tecnológicas como os aparelhos para

leitura digital. É possível perceber esse interesse despontando quando existe a oferta de arquivos digitais de romances e livros acadêmicos. Não estão à disposição do público sem motivo. Onde existe oferta, é porque existe também demanda.

Estudar os modelos de eBooks disponíveis para o mercado internacional é um bom modo de compreender de que forma eles podem ser adaptados ao Brasil. O que funcionaria aqui e o que é preciso descartar de primeira. Por exemplo, a Amazon se compromete a arcar com as despesas do usuário do Kindle com internet, ele só precisa se preocupar em pagar pelo conteúdo baixado. Os minutos de navegação a empresa cobre, e o leitor nunca receberá uma conta cobrando esse valor. Admitir que existem limitações no Brasil que impedirão a cópia exata do modelo de eBooks norte-americano é apenas o primeiro passo.

Embora a questão mais importante no momento pareça ser aquela que diz respeito ao modelo de leitor digital que vai entrar primeiro no país, a grande preocupação, do ponto de vista editorial, deveria ser como suprir esse leitor que vai entrar no país. Imitando as grandes editoras internacionais, o Brasil ficou muito tempo sem tomar uma atitude a respeito dos livros eletrônicos. Agora que são uma realidade mais tangível, é preciso agir ou se deixar ultrapassar, dando lugar a editoras menores que vinham se especializando em fornecer livros em versão digital.

Uma iniciativa como a da Zahar, por exemplo, é importante nesse sentido. Mas será que a migração de todo o catálogo para o formato digital não seria um exagero nessa fase inicial? A digitalização de obras mais antigas, por exemplo, tem um custo e exige muita mão-de-obra. Talvez fosse mais interessante para as editoras selecionar alguns de seus títulos para um primeiro momento da chegada dos livros eletrônicos no Brasil.

Observar o comportamento dos consumidores de livros e tecnologia é muito importante para conseguir escolher os títulos certos nesse caso. E atualmente, quando as editoras fazem vendas diretas através de seu site ou central de telemarketing, recolher dados

sobre o consumidor não é tão complicado. Uma ação do departamento de marketing da editora para direcionar e organizar os dados recolhidos sobre o leitor no momento da compra já seria de grande ajuda.

Além da questão do consumo, os editores que embarcarem no caminho dos livros eletrônicos terão preocupações muito grandes com a pirataria. Atualmente é praticamente impossível controlar a difusão de arquivos eletrônicos. Somam-se a esse problema os movimentos contra a proteção de arquivos com softwares DRM que estão ganhando força internacionalmente. Essa questão só poderá ser melhor pensada e talvez resolvida depois que os livros eletrônicos estiverem em circulação no país, com a observação do comportamento dos consumidores em relação à pirataria desse conteúdo.

Ainda que o assunto esteja prestes a se materializar no Brasil, ele ainda não se tornou realidade. Mas não é por isso que produtores editoriais devem apenas aguardar ou simplesmente ignorar a existência de livros eletrônicos. Eles devem ser pensados sim, como o futuro do livro, pois assim como muitas outras invenções, parecem um absurdo na teoria, devido à quantidade de mudanças que exigem dos hábitos de produtores e consumidores. No entanto, depois de postos em prática, acabam incorporados ao cotidiano, tão familiares quanto ligar a televisão pelo controle remoto. Afina de contas, quem, hoje em dia, ainda usa o botão do aparelho?

REFERÊNCIAS

AMAZON. Kindle: Amazon's Original Wireless Reading Device. Disponível em: <http://www.amazon.com/Kindle-Amazons-Original-Wireless-generation/dp/B000FI73MA> Acesso em: 25 de março de 2009.

AQUINO, Miriam de Albuquerque. *Metamorfoses da cultura: do impresso ao digital, criando novos formatos e papéis em ambientes de informação*. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-9652004000200001&lang=pt Acesso em: 10 de março de 2009.

ATHENEU. Portal da pesquisa. São Paulo, 2009. Disponível em: http://www.portaldapesquisa.com.br/atheneu/pdfs/apresentacao_atheneu.pdf Acesso em: 14 de junho de 2009.

BRASIL. Lei 9610. Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/19610.htm> Acesso em: 6 de maio de 2009.

CASTEDO, Raquel da Silva. *Revistas científicas online de Comunicação no Brasil: produção editorial sob o impacto da tecnologia digital* Disponível em: <http://www.raquelcastedo.com/dissertacao/cienciaecomunicacao/2.2.html> Acesso em: 13 de março de 2009.

CULTVOX. São Paulo, 2002. Disponível em: <http://cultvox.uol.com.br/inicio.asp> Acesso em: 10 de junho de 2009.

DOMÍNIO PÚBLICO. Biblioteca digital desenvolvida em software livre. Brasília, 2004. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/Missao/Missao.jsp> Acesso em: 15 de março de 2009.

EISENSTEIN, Elizabeth L. *A revolução da cultura impressa; os primórdios da Europa Moderna*. São Paulo: Ática, 1998.

GAPPER, John. Why Sony Lost the Battle of the eBook. Financial Times. Londres, 2008. Disponível em: http://www.ft.com/cms/s/0/b8b8e0c0-63d2-11dd-844f-0000779fd18c.htm?ncllick_check=1 Acesso em: 20 de abril de 2009.

GENUTH, Iddo. The future of electronic paper. 2007. Disponível em: <http://thefutureofthings.com/articles/1000/the-future-of-electronic-paper.html> Acesso em 15 de fevereiro de 2009.

GOMEZ, Jeff. *Print is Dead; Books in Our Digital Age*. Nova York: Macmillan, 2008.

IBOPE. Brasil tem 34,5 milhões de usuários ativos. São Paulo, 2009. Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=AD547A644DF8AF32832575DD004850E8 Acesso em: 22 de junho de 2009.

IDEC. Restrições tecnológicas. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.idec.org.br/restricoestecnologicas/queSeDiz.html> Acesso em: 4 de junho de 2009.

IREX TECHNOLOGIES. The iLiad. Eindhoven, 2008. Disponível em: <http://www.irextechnologies.com/about/contact> Acesso em: 14 de maio de 2009.

LIDA. Conheça o LIDA. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.lida.org.br/index.asp>
Acesso em: 10 de junho de 2009.

MONTEIRO, Elis. Grupo de intelectuais pede revisão na Lei de Direitos Autorais. O Globo. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2008/12/29/grupo-de-intelectuais-pede-revisao-na-lei-de-direito-autoral-visando-adequa-la-ao-mundo-digital-587718486.asp> Acesso em: 15 de maio de 2009.

O ESTADO DE SÃO PAULO. Brasil é segundo em ranking de consumo de entretenimento. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,brasil-e-2-em-ranking-de-consumo-de-entretenimento,294179,0.htm> Acesso em: 2 de maio de 2009.

PROJECT GUTENBERG. Urbana-Champaign, 1997. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/> Acesso em: 8 de março de 2009.

SONY STYLE. Reader Digital Book. Disponível em: <http://www.sonystyle.com/webapp/wcs/stores/servlet/StoreCatalogDisplay?storeId=10151&catalogId=10551&langId=-1> Acesso em 14 de maio de 2009.